

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bidang teknologi informasi menimbulkan berbagai perubahan pada kehidupan manusia termasuk media. Keterlibatan *audiens* dalam media berita (*news media*) melahirkan salah satu fenomena baru dalam jurnalistik. Berkembangnya suatu informasi dan pemberitaan melalui digital (online) membuat perubahan pada bentuk jurnalisme saat ini. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, media massa saat ini semakin berkembang dan mengalami kemajuan yang pesat. Jika mengikuti perjalanan sejarah, maka akan terlihat bahwa media massa telah banyak mengalami pembaharuan serta perubahan. Posisi media massa hendaknya selalu berpihak kepada masyarakat tanpa memandang sekalipun (Aisy,*et al.*, 2017:11). Teknologi modernpun salah satu bentuk dari pergeseran proses penyampaian informasi atau pesan sudah mulai berkembang (Nurudin, 2007:6).

Pengertian dari media massa adalah saluran yang masa kini, sejak teknologi semakin modern, media massa menjadi jauh lebih interaktif (Nurudin, 2007:4). Contoh dari media massa adalah tidak semua yang media disebut sebagai media massa, ada juga media tradisional contohnya seperti, gamelan, kentongan, angklung dan lain – lain (Nurudin, 2007:4).

Dulu, aktivitas jurnalisme hanya mengandalkan pengumpulan data dan informasi melalui wawancara dengan narasumber atau terjun langsung ke lokasi liputan. Kini, dengan ketersediaan data dan informasi yang begitu melimpah serta akses yang sangat cepat memunculkan hal baru dalam dunia jurnalisme. Informasi

kini bisa diperoleh melalui proses pengumpulan data di internet, diolah dan dianalisis, kemudian disajikan dengan tampilan visual data yang menarik dan interaktif. Sebuah bentuk baru jurnalisme yang dikenal dengan jurnalisme data atau sebagian kalangan menyebutnya *data driven journalism*. Jurnalisme data merupakan kombinasi dari aktivitas menghimpun dan memvalidasi data sebagai sumber informasi yang utama menginterogasi data dengan menggunakan aplikasi olah data statistik, dan visualisasi data.

Jurnalisme data memberikan banyak peluang sekaligus tantangan bagi jurnalis baik dalam pencarian data, melakukan investigasi dan mengembangkan teknik analisis data, menginterpretasi data hingga menyajikannya dengan visual data yang lebih kreatif dan interaktif. Tidak hanya itu, jurnalisme data juga mendorong pada praktik-praktik jurnalisme yang lebih terbuka, berkualitas dan transparans. Karakter teknologi internet yang hipertekstual, multimedia dan interaktif memberi kemudahan bagi khalayak mengetahui sumber-sumber data (*link*) yang digunakan oleh jurnalis. Hal ini, berdampak pada kredibilitas dan akuntabilitas organisasi berita sebagai penyedia informasi bagi masyarakat. Era digital menuntut tambahan keahlian baru dalam bidang jurnalisme. Para jurnalis dituntut memiliki kemampuan terutama dalam menggunakan aplikasi-aplikasi atau *tools* tertentu dalam menghimpun data dan menemukan fakta-fakta menarik untuk diolah dan dianalisis (Saptodewo, 2014). Contohnya *tirto.id*, *CNBC Indonesia* dan masih banyak lagi portal media yang menyuguhkan berita menggunakan jurnalisme data. Jurnalisme data sangat relevan dengan kondisi saat ini mengapa demikian, karena jurnalisme data memiliki ketersediaan data dan

juga kepercayaan dengan menggunakan data terbuka dan transparansi akan menambah kepercayaan publik terhadap media.

Media online adalah media komunikasi yang proses mengaksesnya menggunakan jaringan internet. Saat ini media online sangat digemari masyarakat dalam proses pencarian informasi. Segala informasi dapat dengan mudah diakses melalui media online. Bahkan ada juga media cetak dan elektronik yang menggunakan media online. Sesuai dengan karakteristiknya, media online dapat menyampaikan informasi dengan cepat. Berbagai bentuk informasi dapat di muat melalui media online baik secara audio maupun visual. Apalagi saat ini diimbangi dengan beragam keahlian yang dimiliki manusia. (Bastian, 2019)

Infografik menjadi salah satu elemen penting dalam dunia jurnalistik, terutama pada media massa cetak dan media elektronik. Infografik digunakan untuk mempermudah penyampaian berita atau penelitian yang dipublikasikan kepada pembaca. Infografik menjadi berita visual yang didalamnya juga mengandung estetika untuk menarik pembaca, maka peran dari berita ini sama dengan berita yang sifatnya verbal (Rachmawati, 2019).

Di dalam infografik terdapat suatu data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat (Saptodewo, 2014). Infografik menjadi bidang yang sangat berkembang dalam penyampaian informasi pada media massa. Kemampuan manusia saat ini adalah menceritakan informasi dengan mengkombinasikan dengan perangkat lunak komputer sehingga terjadilah sebuah cerita infografik yang tidak dapat diceritakan oleh teks maupun foto saja (Saptodewo, 2014)

Dengan adanya infografik juga membantu kebiasaan orang yang bosan dalam membaca teks atau artikel saja bahkan sampai beberapa paragraf lebih cepat dan mudah memahaminya. Media analisis berbasis jurnalisme data ini adalah CNBC Indonesia dan PinterPolitik.

PinterPolitik yang berdiri sejak 2016 oleh Wim Tangkilisan, mantan CEO Globe Media Grup (Jakarta Globe, Globe Asia) Pemimpin Redaksi Investor Daily, dan Suara Pembaruan. Media tersebut bukan hanya memberikan informasi kepada pembaca tetapi juga mencerdaskan pembaca melalui konten yang kreatif dan unik. Melalui penyajian yang lengkap namun mudah dicerna, PinterPolitik bertujuan memberikan pengetahuan dan wawasan lebih bagi pembaca. Tulisan mengenai peristiwa politik, dikupas secara lengkap, mendalam, dan dengan sudut pandang berbeda dari berita lainnya.



Gambar 1.1 (Infografik PinterPolitik Battleground Pilpres 2019)

CNBC Indonesia singkatan dari Consumer News and Business Channel Indonesia adalah portal berita online dan stasiun televisi dibawah naungan Trans Media yang bekerjasama dengan NBC Universal Internasional. Portal berita CNBC Indonesian diluncurkan pada 8 Februari 2018 dan siaran televisi mulai tayang pada 10 Oktober 2018.



Gambar 1.2 (Infografik CNBC Indonesia Harta Kekayaan Capres – Cawapres

2019)

Di tahun ini Negara Republik Indonesia sedang panas berpolitik. Sejak kampanye pemilu calon presiden dan wakil presiden 23 September 2018 sudah banyak masa yang saling berselisih. Diadakan juga debat yang di adakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Berbagai media sering sekali memberitakan menggunakan infografik hasil dari debat tersebut. Momen 5 tahun sekali ini jelas menjadi pekerjaan yang banyak untuk semua media untuk memberitakan apa yang dilakukan oleh capres dan cawapres. Jumat (22 Maret 2019) Detik.com memberitakan kepada masyarakat bahwa BPN Prabowo adukan Metro TV ke KPI. Aduan ini terkait masalah pemberitaan dinilai tidak seimbang yang dilakukan Metro TV. Semua bukti berupa dokumentasi sudah ada di dalam *flasdisk*. Contoh saja ketika ketika saat HUT Metro TV. Sontak pemberitaan tersebut membuat banyak orang berspekulasi bahwa media di saat ini sudah tidak netral. Padahal di UU Pers sudah diatur bahwa media itu harusnya netral dan independen (Detik.com).

Tidak hanya masalah itu saja, pada *instagram Idntimes* memberitakan bahwa ada jurnalis di salah satu stasiun tv mengalami persekusi dari aksi massa 22 Mei 2019. Massa yang berada disekitar lokasi liputan meneriakkan kata

“*Hoax*” dan tidak hanya itu saja massa juga mendorong – dorong *cameramen* dari stasiun tv tersebut. Berita tersebut di unggah 24 Mei 2019 di *instagram* idntimes. Media ramai melakukan sebuah pemberitaan terkait suasana politik ketika KPU menjadwalkan debat Presiden dan Wakil Presiden 5 kali debat yang live disiarkan oleh stasiun televisi di Indonesia yang dimulai tanggal 17 Januari 2019 dan berakhir di debat yang kelima yang pemberitaannya pada tanggal 14 April 2019 atau hari pertama masa tenang untuk berkampanye.

Menurut survei data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2018, pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta (64,8%) dari total populasi penduduk Indonesia 264,16 juta orang. Pengguna internet sering mengakses melalui *smartphone* sebanyak 93,9 persen. Alasan pengguna mengakses internet yaitu 18,9 persen mengakses media sosial dan media sosial *Instagram* menjadi media sosial populer kedua setelah *facebook* dengan jumlah pengguna 17,8 persen (www.apjii.or.id). Di era digital ini, dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, salah satu media sosial seperti *Instagram* sekarang ini juga dimanfaatkan oleh berbagai media untuk menyebarkan berita, bisa dengan video singkat atau mengunggah foto dan juga memberi *caption*. Seperti apa yang dibilang oleh Wulan Editor *KapanLagi.com* (Malang) bahwa *instagram* sekarang digunakan untuk memberikan informasi yang sifatnya praktis dalam artian sesuai sifat dari *instagram* yang hanya bisa di *swipe* jadi cocok untuk mengunggah infografik. Munculnya media sosial ini merupakan bagian dari konvergensi media di era digital yang dapat mengubah pola hidup dan persepsi masyarakat (Romli, 2012).

Di era yang super sibuk ini sebagian besar masyarakat ingin mendapatkan berita secara praktis dan cepat karena sibuknya pekerjaan yang membuat mereka tidak ada waktu untuk membeli surat kabar atau media cetak. Sosial media menjadi sumber masyarakat untuk mengais sebuah informasi. Melihat dari fenomena yang sudah di jabarkan diatas, peneliti mengangkat berbagai persoalan berapa besar persentase pemberitaan antara paslon 1 dan paslon 2 di media saat ini sehingga penelitian ini berjudul “Komparasi Infografis Capres Dan Cawapres di Media Sosial (Analisis Isi Pada Infografis CNBC Indonesia dan Pinterpolitik Edisi 17 Januari 2019 Sampai 14 April 2019)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, peneliti berusaha untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan, sebagai berikut :

Adakah perbedaan pemberitaan positif dan negatif paslon 1 dan paslon 2 pada infografik CNBC Indonesia dan PinterPolitik edisi 17 Januari 2019 sampai 14 April 2019?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah ditetapkan peneliti, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

Untuk mengetahui perbedaan pemberitaan positif dan negatif paslon 1 dan paslon 2 pada infografik CNBC Indonesia dan PinterPolitik edisi 17 Januari 2019 sampai 14 April 2019

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian sejenisnya dengan bidang kajian terkait.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi tim redaksi dari kedua media tersebut baik CNBC Indonesia maupun PinterPolitik mengenai keberpihakan atau tidaknya suatu media kepada calon presiden dan calon wakil presiden. dan Selain itu penelitian ini juga diharapkan membantu penelitian sejenisnya.